



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN
EN COMERCIANTES DE ABARROTES DEL MERCADO
CENTRAL DE CUTERVO, 2016**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PUBLICO**

AUTORA:

CUBAS ROSALES, MARIA ELENA

ASESOR:

Dr. ZEÑA QUÉPUY, CARLOS NATALIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Tributación

PERÚ -2017

DEDICATORIA

A Jesucristo, ejemplo de amor,
bondad y humildad, quien alumbra
los caminos y fortalece a los
trabajadores del Perú para enfrentar
los retos que la Contabilidad
enfrenta día a día.

A mis queridos padres: Edith Rosales Jara
y Fermín Cubas Bernal, por enseñarme la
perseverancia en el diario trajinar de la vida. A
mi hija: Valentina, quien con su amor y dulzura
trajo paz y felicidad a mi vida.

María Elena

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo,
porque en sus aulas se acentuaron mis
capacidades académicas, se
fortalecieron constructos científicos,
ratificaron misiones y visiones para
forjar voluntades y compromisos con la
Contabilidad en el país.

Sincero agradecimiento a
Doctores, Maestros y Licenciados,
que con perseverancia, paciencia y
tolerancia templaron mi espíritu
investigativo, acentuaron macro
competencias y cultivaron actitudes
solidarias.

María Elena

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación científica aborda un tema interesante relacionado con la baja recaudación tributaria en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo, alterna enfoques cualitativos y cuantitativos, privilegia el método deductivo en estudio de situación problemática y relaciona constructos teóricos innovadores; utiliza instrumentación real y virtual, combina actitudes autónomas del aprender haciendo con afectividades colectivas de aprendizaje dinámico, detectando problemas en la contabilidad municipal.

El procesamiento de datos proporcionado por la Gerencia de Rentas de la Municipalidad Provincial permitió identificar la escasa recaudación tributaria, situación problemática que impulsó la realización de la presente investigación, procurando incentivar la cultura de la tributación a través de un programa basado en los teóricos de la Economía.

Se deja en manos de los miembros del Jurado Examinador la revisión del presente trabajo, para que después de la lectura comprensiva, valoración del esfuerzo constructivo y perseverante de la autora, antes que del producto final, emitan con su alto criterio profesional las observaciones que permitan perfeccionar el contenido temático y formal; actuación que se agradece anticipadamente.

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Realidad Problemática	14
1.2 Trabajos previos	16
1.3 Marco Teórico	19
1.4 Formulación del problema	33
1.5 Justificación del estudio	33
1.6 Hipótesis	34
1.7 Objetivos	34
II. MÉTODO	36
2.1 Diseño de investigación	37
2.2 Identificación de Variables	37
2.3 Población y muestreo	39
2.4 Técnicas, instrumentos de recolección, validez y confiabilidad	40
2.5 Métodos de análisis de datos	41
2.6 Aspectos éticos	41
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	52
V. CONCLUSIONES	56
VI. RECOMENDACIONES	58
VII. REFERENCIAS	60

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: *Cultura tributaria para mejorar la recaudación en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo, 2016*, surgió después del diagnóstico situacional y observación de la calidad de impuestos recaudados por la gestión municipal y Superintendencia del Estado. Los resultados reflejaron bajas recaudaciones en el último quinquenio. La media aritmética en el pre test sumó 8.01 puntos y por ello se propuso la ejecución de un programa experimental basado en cultura tributaria, con sustentos de los clásicos de la Economía. Programa constituido en esfuerzo de gestión pública de carácter multidisciplinario, destinado a cambiar actitudes, valores, comportamientos y estructura cognitiva y afectiva de los comerciantes en la provincia cajamarquina. El post test arrojó 13.7 puntos e indicó un nivel medio en la recaudación tributaria, gracias al programa efectuado.

Palabras clave: Cultura tributaria, recaudación, programa, comerciantes, abarrotes, mercado municipal, impuestos, sanciones.

ABSTRACT

The present research work entitled: tax culture to improve collections to merchants at the Central market of Cutervo grocery, 2016, emerged after the situational analysis and observation of the quality of taxes collected by the municipal administration and Superintendence of the State. The results reflected lower revenues in the last five years. The arithmetic mean in the pre test added 8.01 points and therefore proposed the implementation of a pilot program based on tax culture, livelihoods of the classics of economics. Program constituted in effort of management public of character multidisciplinary, destined to change attitudes, values, behaviors and structure cognitive and affective of the merchants in the province Cajamarca. The post test dropped 13.7 points and indicated a middle level in tax revenues, thanks to the effected program.

Key words: tax culture, fundraising, program, merchants, grocery, municipal market, taxes, penalties.

I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación científica encara como situación problemática la escasa recaudación tributaria en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo; situación motivada por desconocimiento de trámites económicos generados por organismos del Estado y que refleja consecuentemente la pésima percepción del ente recaudador y los perjuicios en comerciantes y ciudadanía en general.

Este aspecto problemático no aparece aislado, sino que se relaciona íntimamente con procesos de globalización económica, auge del neoliberalismo mundial, avance vertiginoso de la tecnología y la creciente descomposición de organizaciones sociales, incluidas: familia, escuela, iglesia, sindicatos, universidades, etc.

Se suma la creciente politización en gobiernos nacionales, municipales y gobernaciones regionales, con desacertadas decisiones que empobrecen a las poblaciones más vulnerables del país y generan posiciones radicales en contribuyentes, que se resisten a cumplir con obligaciones tributarias, pues el dinero es despilfarrado en obras suntuosas, regalos navideños, compras sin licitaciones y despilfarros en el sector público.

La recaudación tributaria refleja situaciones complejas, heterogéneas e injustas: únicamente los pequeños negocios aportan obligatoriamente ante la presión que ejerce SUNAT; las grandes empresas gozan de exoneraciones y amnistías tributarias; el Estado se parcializa con poderosos empresarios que constantemente solicitan concesiones para seguir operando en el país.

El manejo de los recursos recaudados está desfasado, porque los gobernantes manejan a su antojo y libre albedrío el dinero de todos los peruanos; aspecto constatado al final de cada gobierno, con exorbitantes pagos a empresas extranjeras por las pésimas decisiones o caprichos desorbitantes de incapaces líderes políticos.

Esto jamás contribuye con cambios y transformaciones sociales que el país necesita, tampoco refleja manejos eficientes en recaudadores, tal como lo demuestra la negativa percepción de los ciudadanos hacia las gestiones municipales, que se traducen en excesiva morosidad, incremento de informalidad en los mercados y creciente desconfianza ante la gestión municipal.

El propósito de la investigación consiste en la aplicación de un programa de cultura tributaria para mejorar la recaudación en los comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo. Programa basado en constructos teóricos de los clásicos económicos, mediante el desarrollo de tres dimensiones: Cumplimiento tributario, disposición del contribuyente y viabilidad en la contribución.

La tesis se estructura en siete capítulos. El primero, denominado: Introducción, analiza la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas con el tema, variables, dimensiones, indicadores, marco conceptual, formulación, justificación, hipótesis y objetivos.

El segundo, Método, detalla diseño, variables de estudio con definiciones conceptuales y operacionales, operacionalización, población, muestra, muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos y aspectos éticos.

El tercero, Resultados, describe lógicamente hallazgos cuantitativos relacionados con la situación problemática, presentados en tablas, figuras e interpretaciones para el mejor entendimiento de los mismos.

En el cuarto, figura la Discusión, a partir del cumplimiento de objetivos específicos, en base a resultados obtenidos, en el trabajo de campo y considerando los constructos teóricos consignados y los trabajos previos que aparecen en el primer capítulo.

En quinto capítulo figuran las Conclusiones, en base a los objetivos formulados. En el sexto aparecen Recomendaciones y en el séptimo, las Referencias Bibliográficas, registradas de acuerdo con normas ISO 690 (Organización Internacional de Normalización), que regula citas bibliográficas y APA (American Psychological Association). Al final aparecen Anexos, con informaciones básicas.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El problema que enfoca la presente investigación está referido a la escasa recaudación tributaria en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de la provincia de Cutervo; tributación existente a lo largo de la historia de la humanidad, remontada a inicios de primeras civilizaciones: Grecia, Roma, Egipto, que imponían recaudaciones obligatorias y sanciones drásticas para los que no cumplían, pues atentaban contra el normal desarrollo del sistema socio político y económico.

En España, “la recaudación tributaria refleja desigualdades económicas, 20% más rico cancela sus arbitrios, 40% carece de recursos y eleva índices de morosidad; 17% carece de servicios básicos, 13% no posee propiedad alguna y 10% exige replanteamientos en modelos económicos” (La Torre, 2014, p. 6). Contextos desiguales e intencionados que profundizan desigualdades; situaciones reflejadas en obsoletos sistemas de gestión administrativa en algunos países europeos.

Actualmente, varios países del mundo recaudan menos impuestos, “en Informe elaborado por CEPAL y OCDE, México, décima economía con menor tasa en recaudación de impuestos en Latinoamérica; por debajo, se encuentran: Perú, Ecuador, Panamá y Bolivia” (Financiero, 2016, p. 12). En dichos países existen altos niveles de informalidad, poca presión y escasa cultura tributaria, lo que se refleja en bajos impuestos recaudados.

En Perú, “la recaudación tributaria disminuyó en S/.2.786 millones entre enero y julio de este año; 7,9% menos respecto a similar periodo del año pasado” (SUNAT, 2015) Porcentaje que manifiesta el retroceso del ente recaudador, si se toma en cuenta las exportaciones en el sector minero de nuestra economía: gas, oro, cobre y artículos de agro exportación: espárragos, ajíes, alcachofa, etc.

El nuevo gobierno peruano propone “crecer 5%, lo que supone profundizar formalización de empresas, incrementar recaudación de IGV con rebaja del 1%,

adecuada fiscalización, incluso aumentando 30% el impuesto a la renta para grandes empresas y 10% a las pequeñas” (Thorne, 2016, p. 8). Preocupaciones económicas del Estado para la mejora de los servicios a los sectores más vulnerables del país.

Cuestiona Segura (2016) al Centro de Gestión Tributaria de la ciudad de Chiclayo por “deficiente gestión en recaudación de recursos directos, ordinarios y determinados, proyectada en 60'108,559 soles en 2016; sin embargo, a noviembre suma 50'197,425 soles; además, incrementos y bonificaciones otorgadas son ilegales porque no se corresponden con cifras recaudadas” (p. 10). Se deduce que la Municipalidad Provincial no plantea un agresivo programa en recaudación y se afecta el desarrollo de infraestructura en la ciudad.

En la provincia de Cutervo, se verifica la situación problemática: comerciantes dedicados a venta de abarrotes incumplen con pagos correspondientes a la administración tributaria. “63% son informales, 37% formalizados no cumplen los acuerdos pactados con funcionarios de Municipalidad, no emiten facturas, recibos, no respetan cronogramas de pago y siempre tienen problemas con la SUNAT” (Silva, 2016, p. 8). Se detectan escasos niveles de instrucción y consiguientemente dificultades para entender los mecanismos de comercialización que rigen en el país.

Los comerciantes justifican sus incumplimientos por la falta de tiempo para acudir a las oficinas de SUNAT, desconocimiento de cronogramas de pagos, fechas y montos de tributación a Municipalidad; aducen no recibir adecuadamente las informaciones, porque los funcionarios llegan al mercado y resulta imposible entender y atender a los clientes, simultáneamente.

Los encargados de la administración del mercado provincial lamentan pretextos que siempre dan para evitar el pago de tributos: ventas disminuyen sustancialmente, pérdidas de productos perecibles, incrementos continuos en los precios y proveedores que presionan constantemente por adquisición y cobranza de los artículos que ofertan y que se obligan a adquirir por carecer de solvencia económica para compras al contado.

1.2. Trabajos previos

Internacionales

Godoy (2015), en su tesis desarrolló niveles de cultura tributaria en mercados ecuatorianos, al final concluyó: “El crecimiento comercial ha significado 46% de incremento en porcentajes de recaudación fiscal entre los años 2013 y 2015, consiguiendo la disminución de niveles de evasión tributaria” (p.85)

Conclusión que merece comentario relevante porque demuestra fiscalización, control y seguimiento en actividades comerciales, así como incremento en recaudación de impuestos directos, gracias a la cultura tributaria desarrollada por el Estado y a la conciencia social de los comerciantes.

Romero y Vargas (2013) en la tesis desarrollaron niveles de cultura tributaria en comerciantes de Bahía, al final anotaron la siguiente conclusión: “Actualmente el Servicio de Rentas Internas posee espacio físico dentro de sus instalaciones, pero carece de equipos tecnológicos para fiscalización de negocios, también faltan iniciativas en el personal para difundir obligaciones tributarias dirigidas a los contribuyentes” (p.90)

La conclusión resulta interesante porque propone realizar mayores campañas informativas, charlas, difusión y acercamientos concretos para que los comerciantes refuercen su concientización económica, reconozcan cuáles son las obligaciones tributarias que tienen como contribuyentes, el manejo en el estado de sus cuentas, formas eficientes de realizar pagos sin pérdida de tiempo.

Villar (2012) en su tesis abordó la recaudación de tributos en ciudades españolas, al final concluyó que: “El mecanismo sobre liquidación de impuestos en el país, no se refleja en la magnitud de recaudación, ya que las variaciones que hay en los ingresos tributarios no es por los gestiones de estas delegaciones, sino del mismo dinamismo fiscal o recaudadora que existe en cada territorio” (p. 80).

Conclusión que resalta la distribución económica de los ingresos tributarios por cada territorio, sin la realización de indicadores económicos reales y actualizados en cada territorio, sino que son distribuidos de acuerdo a cuotas de ingreso por recaudación tributaria, automáticamente adjudicado, pero en perjuicio de otras comunidades autónomas.

Nacionales

Miranda (2016) se ocupó de los perjuicios de evasión de impuestos, al final del trabajo de campo concluyó que: “La evasión existente en empresas dedicadas a la venta de autopartes del distrito de La Victoria restringe el crecimiento económico de la empresa y perjudica a empresarios y trabajadores” (p.98)

La conclusión resulta interesante porque reconoce que algunas entidades encargadas de efectuar cobranzas no cuentan con estudios solventes acerca de las empresas del sector, de sus movimientos mensuales y de los niveles de informalidad en que se desarrollan, por eso las recaudaciones resultan bajas e insuficientes.

Tarazona y Veliz (2016) en la tesis desarrollaron niveles de cultura tributaria en formalización de MYPES, al término de su trabajo incluyeron la siguiente conclusión: “Los niveles de recaudación en provincia de Pomabamba son bajos, debido al alto índice de informalidad, falta de adecuada orientación, trámites engorrosos, pérdida de tiempo, por ello, algunas empresas como T & L, SAC incurrieron en errores durante su formalización” (p. 90).

La conclusión demuestra escasa cultura tributaria en sectores de la sierra del Perú; refleja el desinterés del ente recaudador para elevar índices de recaudación, reducir brechas y evasiones, carencia de una adecuada política de orientación a los contribuyentes y falta de capacitación de las autoridades competentes en dichos temas.

Cantos (2014), en su tesis desarrolló un modelo de administración tributaria, al término de su trabajo concluyó que: “Resulta importante la elaboración de protocolos para dinamizar la recaudación de impuestos, previa difusión entre los contribuyentes, tal como ocurrió con las plataformas administradas por el nuevo sistema propuesta en la Municipalidad del Cantón Jipijapa” (p.95)

Conclusión interesante que señala el camino hacia nuevas implementaciones en el sistema de tributos, considerando ingeniosa y proactivamente la creación de bases de datos confiables, que modernicen el registro de contribuyentes, las mismas que deben actualizarse periódicamente con ayuda de los equipos tecnológicos.

Locales

Farro y Silva (2015) en la tesis procuraron la eliminación de infracciones y sanciones en comerciantes de abarrotes, al final concluyeron que: “El nivel de cultura tributaria en la empresa Agro comercial Tarrillo es muy baja, debido al poco interés de participar en charlas de asuntos tributarios, lo que ocasiona perjuicios por las continuas multas a que se ve sometida” (p. 45)

Esta conclusión demuestra de manera palpable escasos conocimientos tributarios en algunos empresarios y trabajadores de la localidad, se constata desinterés en el adecuado control de obligaciones tributarias, así como incorrecta emisión de comprobantes de pago y desconocimiento de regímenes tributarios existentes.

Mogollón (2014) desarrolló investigación acerca de cultura tributaria, al final del trabajo anotó la siguiente conclusión: “A través del estudio, análisis e interpretación de la información recogida se infiere que los índices de conocimiento y manejo tributario son mínimos e incipientes en el 68% de los comerciantes de la ciudad de Chiclayo” (p.97)

Conclusión significativa, coincidente con variables de estudio, porque aborda la misma problemática y propone un programa similar en la elevación de la recaudación de tributos mensuales. La mayoría cree que los funcionarios son pocos o nada confiables, no cuentan con criterios consistentes para realizar cobranzas, además el Estado hace mal uso de esos recursos.

Fernández (2013) estudió la cultura tributaria en estudiantes de Facultad de Medicina y concluyó que: “Una buena cultura tributaria no se logra de un día para otro, en la evaluación los estudiantes manifestaron la necesidad de implementar procesos educativos, mediante políticas de enseñanza que incluyan en el currículo educativo cursos con orientaciones tributarias” (p. 70).

La conclusión implica constancia, tiempo y preparación académica fomentada por políticas concretas a nivel primario, secundario, técnico y universitario y, que además involucren a todas las personas, y no solo a un pequeño grupo como actualmente se hace. En efecto, resultado de una precaria educación tributaria genera que un país tenga como resultado una pobre recaudación de impuestos para financiar su gasto público.

1.3. Marco Teórico

1.3.1. Teorías de cultura tributaria

Desde el punto de vista epistemológico, la variable independiente, cultura tributaria, se asocia con diferentes teorías y conceptos, pero inicialmente con los constructos de David Ricardo, 1817, al señalar que “el problema principal de la economía política, consiste en determinar leyes que regulan distribución entre propietarios de la tierra, capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan” (citado por Mesino, 2007, p. 63). Se deduce que el principal problema no radica en la baja cultura tributaria, sino en la mala distribución de la riqueza, porque pocos tienen mucho y muchos tienen poco.

En concordancia con lo citado, la riqueza, es más susceptible de ser influenciada por ideas políticas y sociales, pone de manifiesto el conflicto entre intereses económicos y clases sociales; de este modo, la “capacidad para pagar

impuestos, no depende del valor total en dinero de la masa de mercancías, ni del valor en dinero de los ingresos de los capitalistas, sino del valor en dinero de los ingresos de cada individuo” (Mesino, 2007, p.70).

Según David Ricardo, la renta de la tierra depende de su fertilidad, lo que conduce hacia la ley de rendimientos decrecientes. Si la población es baja, únicamente se cultivan las mejores, entonces no existe renta, ya que nadie pagaría existiendo otras buenas y no ocupadas. “En ley de rendimientos decrecientes sucedería lo mismo, pues al aplicar mayor cantidad de trabajo y capital a una misma tierra, se obtienen rendimientos proporcionales; pero, únicamente se cultivarían las más fértiles y por lo tanto no habría renta” (Arias, 2011, p. 15). Se deduce que nadie paga renta en países recién colonizados y en donde abunda la tierra fértil.

El progreso de la sociedad conduce hacia tierras de segundo grado de fertilidad dedicadas al cultivo; entonces, la renta se aplica sobre las de primera calidad y la cantidad dependerá de la diferencia entre calidad de esas dos porciones de tierra. La tierra de tercera calidad dedicada al cultivo, obliga a la renta sobre la de segunda y está regulada como antes, por la diferencia en sus poderes productivos. Igualmente, la renta de primera calidad aumentará, estará por encima de la renta de segunda, por la diferencia entre el producto que rinde con una determinada cantidad de capital y de trabajo.

Por último, la teoría de equivalencia ricardiana argumenta que no importa de qué manera financie el gasto público un país, si se cubre mediante aumento de impuestos o emisión de deuda pública. En ninguno de esos casos, “el aumento de gasto tendrá efecto en la economía real, idea basada en racionalidad de los contribuyentes de pronosticar que un aumento del gasto público conllevará subidas de impuestos en el futuro para financiar ese gasto” (Mesino, 2007, p. 68). Se infiere, que ante aumento del gasto público los contribuyentes reducen su consumo, aumentan su ahorro para asegurar un futuro estable y compensar esa futura subida de impuestos.

La teoría del Eheberg, 1990, también sustenta la variable independiente porque expresa que el pago de tributos es un deber que no necesita fundamentos jurídicos o filosóficos “se considera un deber, tributar es axioma que en sí mismo no reconoce límites, pero que todos tienen razones y oportunidades que aconsejan la tendencia de servir al interés nacional” (citado por Chávez, 1993, p.49). Axioma que apunta al civismo de la persona para convivir en ambientes democráticos, igualitarios y libertarios económicamente.

Según esta teoría, la cultura tributaria no tiene nada que ver con la existencia de la tributación, ni con ningún fundamento jurídico para su existencia, sino que ella depende del deber cívico de contribuir toda persona con el Estado. En este sentido, algunos economistas, critican a esta teoría por ser simplista, materialista, tributaria; sin embargo, soslayan el fundamento filosófico pragmático del autor.

La teoría de disuasión de Allingham y Sadmo, 1995, sostiene que “no se necesita tener nivel de cultura tributaria elevada para poseer buena disposición a pagar impuestos al fisco, basta que el ciudadano tenga conocimiento que lo detectan y sancionan para que se convenza de que es mejor pagar obligaciones tributarias” (Arias, 2011). En la teoría de disuasión, personas amigas del riesgo, no pagan impuestos, tienen más probabilidades de recibir sanciones y multas.

Según Mogollón (2014), de acuerdo a la teoría de la disuasión, “el pago del impuesto es resultado de una decisión económica racional, los individuos están dispuestos a pagar de acuerdo a lo percibido, entonces se incrementan beneficios y disminuye la, evasión, penalización por delitos tributarios descubiertos” (p. 17). Sin embargo, este método no sería el más adecuado si se tiene en cuenta que sigue existiendo evasión a pesar de las sanciones que la administración realiza.

Esta teoría surgió para detener los comportamientos incorrectos frente a los compromisos pactados, procurando aumentar amenazas y castigos para los incumplidos; asimismo, sirvió para disuadir a las potencias: EE. UU, y Rusia, que buscaban implementar una guerra nuclear en los años 60.

La teoría basada en los servicios públicos, según Chávez, 1993, sostiene que el fundamento de una buena cultura tributaria se cristaliza en la imposición tributaria para costear los servicios públicos que el Estado presta a los ciudadanos, por lo que los contribuyentes pagan impuestos, siendo estos equivalentes a los servicios públicos que recibe.

Según Chávez (1993), el fundamento de esta teoría radica en el siguiente concepto, “los ciudadanos agrupados tienen necesidades que deben ser satisfechas a través de los servicios públicos que el Estado debe brindar, servicios que requieren de recursos, ante lo cual, se recurre a la imposición tributaria a los ciudadanos” (p. 47). Sin embargo, al basar la teoría solo en servicios públicos se deja de lado otras actividades que promueven el desarrollo social.

Si bien el Estado necesita recursos para costear sus gastos, ello no genera la posibilidad de tener utilidades más amplias y eficientes de los tributos. Por lo tanto, los ingresos que la República percibe deben ser vistos como verdaderos recursos para mejorar la calidad de vida de las personas y un mejor bienestar colectivo.

1.3.1.1. Cultura tributaria

Asegura Torres (2013) que “La cultura es el grado de conocimiento de informaciones que tiene la población sobre obligaciones tributarias, así como también incluye hábitos y reacciones ante los montos de los tributos a pagar en determinados tiempos ordenados por SUNAT” (p. 20). Esta cultura se transmite a los negociantes a través de los años; una de sus principales características es el mecanismo de adaptación, que tiene como influencia factores que permiten el desarrollo y evolución constante e innovador de las formas de pensar de los seres humanos.

La cultura, “conjunto de valores materiales y espirituales, creados por el hombre en el curso evolutivo de la práctica socio - productiva, caracteriza a una determinada etapa histórica del desarrollo de la sociedad” (Castro, 2010, p. 105). Concepto que desarrolla la íntima unidad y correspondencia entre aspectos

materiales, experiencias productivas, relaciones espirituales y concepciones filosóficas que se condicionan recíprocamente.

Refieren Vásquez y Zorrilla (2007), que “la cultura es la suma de actitudes, ideas y conductas compartidas y transmitidas por los miembros de una comunidad determinada, juntamente con los resultados materiales producidos por esas conductas” (p. 65). Concepto que subraya la utilización de recursos materiales e inmateriales acumulados por el pueblo, que hereda, usa, transforma y transmite esos contenidos culturales.

Define Solórzano (2011) el término tributario como “obligaciones temporales que se obligan cancelar pequeños, medianos y grandes empresarios, de acuerdo a cronogramas generados por el ente recaudador y que todos están obligados a cumplir” (p. 16). Se deduce que las empresas, sin excepción alguna, están en capacidad de pagar tributos y permitir el desarrollo socioeconómico de un país.

Sostiene Torres (2013), que tributario está referido a “pagos obligatorios que corresponden pagar a empresas o personas por servicios ofrecidos o recibidos del Estado” (p. 22). Son cargas impositivas, la mayoría de ellas, que establecen los organismos gubernamentales para destinarlas al sostenimiento de las obras y cancelaciones laborales de los trabajadores públicos.

Entonces, la cultura tributaria se define como “actitudes, ideas, creencias, conocimientos de personas dispuestas voluntariamente para cumplir con pagos y viabilidad de tributos que contribuyan con el desarrollo sostenible del país” (Solórzano, 2011, p. 20). Se entiende que es el acumulado de rasgos específicos de valores, actitudes y conductas de los contribuyentes, en relación con el desempeño de sus obligaciones y derechos ciudadanos ante el componente tributario.

La Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de Información en Bolivia indica que “la cultura tributaria se relaciona sustancialmente con la promoción de un origen responsable, práctica de derechos y obligaciones, cumplimiento de deberes en lo relacionado con recaudación de impuestos” (2014, p. 23). Asimismo se compone de un conjunto de valores, creencias y actitudes

acompañadas socialmente, respecto a tributación y leyes que ordenan la recaudación; en el marco de la declaración de beneficios que lo recaudado le concede.

Argumenta Baldemar (2009), que “la cultura tributaria es obligación traducida en ser columna principal que mantiene al Estado, para que cumpla con sus compromisos constitucionales de velar por el bien común y suministrar a la población los servicios básicos que requieran” (p. 18). Este cumplimiento tributario se lleva a cabo manejando la coerción o apelando a la razón en el cumplimiento obligatorio.

Según, Arias (2011), los objetivos de la cultura tributaria son: “lograr en ciudadanía conocimientos sobre el tema, comprender la importancia de los compromisos tributarios, beneficios que generan, tomando conciencia en cuanto al hecho de que es una necesidad constitucional aportar al Estado” (p. 16). Además, se logra concientización de ciudadanos defensores de sus derechos, partícipes de principios, valores, actitudes positivas que se transmiten a niños, jóvenes y adultos, para convivencia armoniosa y responsabilidad en cumplimiento de obligaciones tributarias

La cultura tributaria se amplía con la promoción educativa, con prácticas de capacitación para cumplir con las exigencias del sistema fiscal; tampoco debe limitarse a una exhibición académica del sentido y el propósito de los impuestos en una sociedad democrática, todo este esfuerzo debe estar orientado a una educación en valores y actitudes favorables a la responsabilidad fiscal y contrarios a las mandos fraudulentas.

La medición de la cultura tributaria, según Arias (2011), se constituye en “nivel de comprensión que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones; se requiere conservar una fuerte cultura tributaria para comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado con carácter dirigente” (p. 18). En realidad, esos recursos le conciernen a la población, por lo tanto, el Estado debe devolverlos atendiendo la solución de servicios públicos (hospitales, colegios, agua, desagüe).

La falta de cultura tributaria lleva al resquebrajamiento de valores, creencias, actitudes, compartidos corporativamente, respecto a tributación y leyes que las rigen, de tal manera que para hablar de cultura tributaria primero debe auto examinarse para determinar el rol del Estado, las fuentes de generación de riqueza y las obligaciones tributarias.

En síntesis, después de la revisión bibliográfica, esta autora define la cultura tributaria como conjunto de ideas, actitudes, creencias, conocimientos y conductas de personas, que motivadas voluntariamente, comparten producciones materiales y espirituales para contribuir con el desarrollo sostenible del ser humano y del país. Comprende acumulaciones de rasgos valóricos, actitudes, conductas de contribuyentes, conscientes de sus relaciones con los demás, desempeños, obligaciones y derechos ciudadanos.

1.3.1.2. Dimensiones de la cultura tributaria

Las dimensiones de la variable independiente son: cumplimiento tributario, disposición del contribuyente y viabilidad en la contribución. El cumplimiento tributario, según Arias (2011) es “el diagnóstico del desempeño fiscal que se da por consecuencia de las disposiciones de los contribuyentes y las viabilidades de la contribución” (p. 21).

Sus indicadores son: Percepción positiva hacia normas tributarias, cumplimientos, temores ante sanciones tributarias, disposición de pago, voluntad de pagos, moras, tributos

La disposición a efectuar la contribución es el querer contribuir de manera voluntaria y eficiente, “es el grado de aceptación que tiene la población a las obligaciones tributarias” (Arias, 2011, p. 23).

Son indicadores de esta dimensión: Indagación permanente acerca de reglas y procedimientos tributarios; acceso a calendario de tributación y conocimiento de los servicios tributarios. Indicadores que muestran situación afectivas determinadas por la efectividad de normas de coerción, cálculo que hacen los agentes mediante discreción económica y grado de prevención a la

penalidad del fraude, Por otro lado, la disposición a favorecer está fijamente expresada por la conciencia tributaria del agente, donde determina su voluntad de pago y que es fruto de los procesos de legitimización, socialización e internalización de las necesidades tributarias.

La viabilidad de efectuar la contribución es el saber y poder contribuir, “es la facilidad que da la entidad financiera para que las personas naturales o jurídicas paguen sus obligaciones tributarias” (Arias, 2011, p. 25).

Son sus indicadores: Auto realización y trascendencia de los contribuyentes, apertura favorable hacia el cambio y conservación de factores favorables al desarrollo, comportamientos preponderantes y comprometidos en beneficio de la organización empresarial. Indicadores que expresan situaciones asociadas al grado de indagación que tienen los colaboradores sobre reglas y procedimientos tributarios y, por otro lado, el acceso de los contribuyentes a servicios de administración tributaria, es decir, que la facilidad que tienen para efectuar sus impuestos, se simplifican en las administrativas, rapidez en los trámites, etc.

1.3.1.3. Metodología del plan de cultura tributaria

El plan presenta como objetivo general el fortalecimiento de los niveles de cultura tributaria en comerciantes del Mercado Central de Cutervo, los pasos metodológicos se basan en la fundamentación científica, diagnóstico situacional, análisis de problemática, objetivos, definición de metas, planeación de actividades, instrumentación didáctica y monitoreo de actividades.

En su desarrollo contempla la descripción del servicio del ente recaudador a los 30 comerciantes de la muestra, previo estudio del mercado y mediante una efectiva comunicación intersubjetiva y empática, utilizando todos los medios disponibles y asequibles a la población: trípticos, carteles, folletos, diarios, revistas, volantes, etc.

Las dimensiones trabajadas son tres: cumplimiento tributario, disposición del contribuyente y viabilidad de las contribuciones; efectuadas con acciones sugeridas y consensuadas, activadas con estrategias basadas en educación inclusiva, equidad y respeto mutuo, que posibilitan actividades desarrolladas con las siguientes técnicas: lluvia de ideas, participación directa, trabajos grupales, fichaje y sistematización de acciones.

El plan se efectúa en cinco sesiones consensuadas con participantes de la muestra, procurando flexibilidad en horarios, dinamización de acciones, coordinación con Administrador del Mercado Central, procurando el desarrollo del constructivismo pedagógico, integrando holísticamente, métodos: dialéctico, histórico, inductivo, deductivo, con el fin de ampliar horizontes culturales y predisposiciones tributarias en los 30 comerciantes de la muestra.

1.3.2. Teorías de la recaudación

Desde inicios de la civilización, la figura de jefes o soberanos condujo hacia la figura de recaudación de tributos; Egipto, China, Grecia, Mesopotamia adoptaron al recaudador como personaje temido, insolente, autoritario en la recaudación de impuestos. En Edad Media, con surgimiento de señores feudales, los impuestos se destinaban al apoyo militar en casos de guerra y al pago del diezmo en beneficio de la iglesia.

En tiempos de la Colonia, se pagaba impuestos al Rey, sistema copiado por el Capitalismo moderno, sirviendo la recaudación como fuente de ingresos para el mejoramiento de la infraestructura poblacional, construcción de canales de agua y servicios a la población.

Una teoría de recaudación como tal no existe, ya que los estudiosos solo se han dedicado a conceptualizar dicho término teniendo en cuenta su carácter práctico más que teórico. Sin embargo, uno de los clásicos de la Economía se ocupó de ella: François Quesnay (Francia, 1699 – 1774), hizo de economía política una ciencia, basado en el orden natural que reina en la sociedad, de ahí

nació el nombre de “fisiócratas”, dominio de naturaleza, partidarios de agricultura, fuente fundamental de la riqueza.

Menciona Borisov (2005) que según Quesnay “el producto neto del suelo constituye la fuente del bienestar, el Estado, representante de la comunidad, otorga libertades y facilita el transporte de productos, para que la vida se abarate” (p. 32). Se deduce que este economista estableció el lazo sólido entre naturaleza y economía, además sentó principios de la Contabilidad.

Quesnay comparó circuito económico con circulación sanguínea del cuerpo humano, en 1758. Sus concepciones económicas surgieron en inicios del capitalismo francés, se opuso a tesis mercantilistas, según las cuales la ganancia se origina en la circulación. “Dividía la sociedad en tres clases: productora (granjeros, obreros, productores netos; “estéril” (capitalistas, obreros de industria y comercio); propietarios (terratenientes y el rey), los únicos que reciben el “producto neto” (Borisov, 2005, p. 33). Esta división fue criticada por Carlos Marx porque falseaba la estructura de clase de la sociedad y velaba la explotación de los obreros por los capitalistas.

El producto neto es el superávit producido, exceso sobre el costo de producción, que servía para mantener el resto de la sociedad, señores feudales, rey, iglesia, artesanos, industriales y comerciantes. El “producto neto” se ve en la agricultura, debido a que produce un volumen de bienes mayor a lo necesario para conseguir semillas y mantener a los agricultores.

Destaca Esquivel (2014), que Quesnay propuso “la recaudación de impuestos, necesarios para el Estado y que inicialmente, la única clase productiva vinculada al trabajo de la tierra, producía riqueza y pagaba impuestos, aspecto cuantitativo que favoreció involuntariamente al desarrollo industrial” (p. 14). Se recuerda que en Francia, Colbert, Ministro de Hacienda de Luis XIV, implantó políticamente estas ideas.

El economista peruano Jorge González Izquierdo, 2015, también sustenta esta variable de estudio porque considera que el término recaudación se refiere

a la acción de cobro a los contribuyentes que realiza la administración tributaria (SUNAT) para obtener ingresos, los mismos que son administrados por el Estado y regresados a la sociedad en obras que son de beneficio general.

Sostiene González (2015), que “el sistema tributario nacional abarca principios, reglas, normas dictadas por el Estado Peruano para establecer recaudaciones obligatorias: tributos, impuestos, contribuciones, tasas existentes en el Perú” (p. 6). Obligaciones que se desenvuelven dentro del marco conceptual del Derecho y Código Tributario y Ley Penal. Impuestos creados y vigentes responden al ordenamiento presupuestario, trasuntan continuidad, concatenación técnica y base científica.

Son características fundamentales del sistema tributario eficiente: suficiencia y elasticidad; el Estado combina impuestos dentro de un sistema; en conjunto le reporta recursos necesarios para el Tesoro Público. El Estado se vale del sistema, en casos no regulares, para aumentar ingresos; sin tener que cambiar la organización y materializada a través del cobro de impuestos, contribuciones y tasas que constituyen ingresos tributarios de los diferentes niveles de gobierno.

1.3.2.1. La Recaudación

Define Mogollón (2014), el concepto de recaudación como “acto que realiza un organismo, normalmente el Estado o gobierno, con el objeto de juntar capital para poder invertirlo y usarlo en diferentes actividades propias de su carácter. Hoy es un elemento central de todo gobierno” (p. 42). La recaudación está basada en tres factores del proceso productivo: trabajo, equipos y medios de producción y materiales de fabricación.

La recaudación está referida a “cantidades recolectadas por diferentes rubros que cotizan las empresas y bajo un calendario normado legalmente por el organismo estatal correspondiente” González, 2015, p. 8). Acción de custodia, seguridad, confianza e inversión del dinero en obras que benefician a la mayoría poblacional.

Según Ferreiro (2007), “la recaudación, administración y fiscalización de impuestos prediales corresponde a Municipalidades provinciales o distritales, donde se encuentren ubicados los predios y que los propietarios están obligados a pagar anualmente” (p. 12). El monto a pagar está en función del valor de cada predio, tanto a nivel rural como urbano; salvo predios de entidades públicas, que están exoneradas.

Indica Bastidas (2012), que la recaudación no es más que “la organización política soberana de una sociedad establecida en un territorio determinado, bajo régimen jurídico y legislación tributaria, con independencia, autodeterminación, órganos de gobierno y sistemas de gestión que gravan valores y sancionan a empresas que evaden cargas fiscales” (p. 13). Se deduce que se encuentra ligada a una planificación económica, valores gravados en el tiempo y sanciones fiscales para los incumplidos.

La recaudación “relaciona poder estatal y función empresarial, marca la esencia de la administración pública, donde a través de ésta se pone en práctica el ejercicio del poder, mediante un gobierno en beneficio de la sociedad” (González, 2015, p.17). Estas actividades las asume como persona jurídica de derecho público y lo realiza por medio de los órganos que integran la Administración Pública, tanto Nacional, como regional y local.

La recaudación predial es “cantidad o valor que depende de los metros cuadrados construidos (no del metraje del terreno), porque se asume que un área construida mayor, implica un predio de valor más alto” (Bastida, 2012, p. 15). El 5% del rendimiento del impuesto está destinado exclusivamente a financiar el desarrollo y mantenimiento del catastro distrital, así como a las acciones que realice la administración tributaria, destinadas a reforzar su gestión y mejorar la recaudación.

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2011) la recaudación de los impuestos “es un sistema seguro y de fácil uso de gestión tributaria municipal, que comprende la administración de los tributos de acuerdo a los dispositivos legales vigentes, desde la Liquidación Tributaria hasta el control de ingreso en

caja” (p. 5). La evaluación de la recaudación municipal es mediante tributos en impuestos municipales y tasas municipales.

La recaudación de impuestos permite cumplir con pagar tributos a la Municipalidad, porque ella contribuye con el desarrollo de las localidades. Los impuestos son uno de los principales medios por los que la Municipalidad obtiene ingresos y gracias a ellos se puede invertir en mejores servicios públicos o en aspectos prioritarios (proyectos) para las mejoras de la localidad.

La base legal de impuestos y tributos en el país están normadas por: Decreto Supremo N° 156-2004-EF; Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal y modificatorias. Ley N° 27972; Ley Orgánica de Municipalidades. Decreto Supremo N° 135-99-EF; Texto Único Ordenado del Código Tributario. Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N° 27444.

En conclusión, esta autora define la recaudación como organización política soberana establecida en un país, bajo regímenes jurídicos y legislaciones tributarias, que actuando con independencia, autodeterminación, órganos de gobierno, sistemas de gestión, se encargan de gravar valores y sancionar a empresas que evaden cargas fiscales.

1.3.2.2. Dimensiones de la recaudación

Las dimensiones determinantes de la recaudación son tres: Legislación tributaria, valores gravados, sanciones fiscales.

La legislación tributaria es definida como “estructura del impuesto, fijada por leyes, que especifican el objeto del gravamen, su base imponible mediante cuotas” (Martín, 2006, p. 8).

Son indicadores de esta dimensión: pleno conocimiento de fechas de pago, cumplimiento de tributos, solvencia económica empresarial, informaciones acertadas del organismo recaudador.

Los valores gravados se definen como “magnitudes, medidas, tasas económicas, determinados administración tributaria, de acuerdo a normas de liquidación y disposiciones legales vigentes” (González, 2015, p. 22).

Sus indicadores son: conocimientos de porcentajes gravados, montos recaudados, impuestos pagados; relación íntegra del control de ingresos y egresos, liquidaciones anuales, pagos de tributos, ampliaciones tributarias y amnistías.

Sanciones fiscales son definidos como “penas ante infracciones, omisiones en pago de obligaciones tributarias que corresponden ser abonadas en períodos de tiempo; adopta dos formas: mora o evasión” (Ferreiro, 2007, p. 8).

Son indicadores de esta dimensión: evasiones tributarias, multas cobradas, moras concedidas, atrasos frecuentes, falta de solvencia económica, cierres de negocios, falta de asesoramiento tributario.

1.3.3. Marco Conceptual

Abarrotes: “Lugar de expendio de productos atestados en almacenes, con espacios diversos, generalmente vendidos por menor” (Fuentes & Guillén, 2010, p. 18).

Capacitación: “Programa de corto plazo que facilitan procesos de aprendizajes para ayudar a los administradores a mejorar sus acciones operativas, logísticas y de recaudación tributaria” (Koontz, Weihrich, Cannice, 2014, p. 610).

Control comercial: “Medición del éxito absoluto y relativo de una empresa o de sus unidades operativas, mediante el índice de ganancias respecto de la inversión de capital” (Fuentes & Guillén, 2010, p. 23).

Comerciantes: “Personas que operan en ámbitos específicos del mercado y rubros comerciales que interesan a la población, enfocados en innovación,

creatividad e ingenio para transformar sus sueños en realizaciones rentables y emprendedoras” (Larraín & Sachs, 2014, p. 6).

Cultura: “Suma total de actitudes, ideas, conductas, producciones materiales, espirituales, propósitos compartidos, transmitidos por generaciones en una sociedad, ámbito y tiempo históricamente determinados” (Vásquez & Zorrilla, 2007, p. 65).

Mercado: “Espacio libre o fijo donde se realizan transacciones comerciales de variado tipo, incluidas las modernas redes tecnológicas, con movimientos de ingentes flujos de dinero” (Koontz, Weihrich, Cannice, 2014, p. 612).

Normatividad: “Conjunto de artículos normativos del ámbito empresarial que regulan comportamientos y cumplimientos tributarios en personas dedicadas a los negocios” (Larraín & Sachs, 2014, p. 10).

Recaudación: “Cobranzas previstas, determinadas por rubros de comercialización y destinadas al incremento del erario nacional e inversión en obras públicas” (Fuentes & Guillén, 2010, p. 28).

Tributación: “Acción de pagar o depositar obligaciones tributarias de manera continua y de acuerdo a leyes comerciales establecidas en el territorio nacional” (Larraín & Sachs, 2014, p. 15).

1.4. Formulación del problema

¿En qué medida la cultura tributaria mejora la recaudación en comerciantes de abarrotes del mercado central de Cutervo – 2016?

1.5. Justificación del estudio

Se justifica teóricamente en aportes económicos de David Ricardo, riqueza productiva de Eheberg, pago de tributos de Allingham y Sadmo, disposición para pagar de Chávez, quienes postularon bases teóricas, orientadas a la obtención

de conocimientos relativamente nuevos acerca de la importancia de la cultura tributaria.

De manera práctica, se justifica en el aporte analítico que brindan, tanto los comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo, como los entes fiscalizadores (SUNAT), entendiendo la importancia de la tributación, beneficios que da a la sociedad con el incremento de recaudación tributaria a nivel nacional.

Metodológicamente, aporta instrumentos, dimensiones y técnicas que permiten el análisis de problemas tributarios, planteando soluciones eficaces en base a informaciones existentes, con discusiones permanentes hasta alcanzar el consenso democrático.

1.6. Hipótesis

La cultura tributaria ejerce influencia significativa en la mejora de la recaudación en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo – 2016

1.7. Objetivos de la investigación

1.7.1. Objetivo general

Determinar el efecto de la cultura tributaria en la mejora de la recaudación en los comerciantes de abarrotes del mercado central de Cutervo – 2016

1.7.2. Objetivos específicos

Identificar los niveles de recaudación, mediante un test aplicado a los comerciantes de la muestra, antes de la aplicación del estímulo.

Diseñar, implementar, ejecutar y monitorear un plan de cultura tributaria con los comerciantes del grupo experimental

Verificar las mejoras en la recaudación, después de la aplicación del estímulo, mediante un post test aplicado al grupo de estudio.

Comparar los resultados del pre y post test para determinar la influencia del estímulo aplicado.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

Diseño pre experimental de pre y post test con un solo grupo de estudio, “mide hechos externos y directamente observables, repitiendo cuantas veces sea posible cuantificar, comparar y contrastar resultados, que siempre serán los mismos” (Chico, 2010, p. 22). Su esquema es:

G.E. : O₁ X O₂
--

Dónde:

G.E. : Grupo experimental

O₁ : Pre test aplicado al grupo experimental

O₂ : Post test aplicado al grupo experimental

X : Cultura Tributaria

2.2. Identificación de variables

Variable Independiente

Cultura Tributaria

Variable Dependiente

Recaudación

2.2.1. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
V. independiente: Cultura tributaria	“Actitudes, ideas, creencias, conocimientos de personas dispuestas voluntariamente para cumplir con pagos y viabilidad de tributos que contribuyan con el desarrollo sostenible del país” (Solórzano, 2011, p. 20).	Se operación a través de 5 actividades desarrolladas con aplicación del programa experimental.	Cumplimiento tributario	Percepción positiva de normas. Temor a sanciones tributarias Voluntad de pago	Ordinal cualitativa
			Disposición del contribuyente	Indagación sobre reglas y procedimientos. Acceso a servicios tributarios.	
			Viabilidad en la contribución	Auto realización vs. trascendencia Apertura al cambio vs conservación Comportamiento preponderante	
V. dependiente: Recaudación	“Es la organización política soberana de una sociedad humana establecida en un territorio determinado, bajo un régimen jurídico, con independencia y autodeterminación, con órganos de gobierno y sistemas de gestión que persiguen determinados	Con aplicación del cuestionario aplicado a la muestra de estudio.	Legislación tributaria	Conoce impuestos. Sabe tasa, gravamen, base imponible. Maneja mediante cuotas	Nominal Frecuencia: Siempre, A veces, Nunca
			Valores gravados	Entiende medida en valores económicos. Conoce montos gravados Cumple disposiciones tributarias	

	finas mediante actividades concretas” Bastidas, 2012, p. 13),		Sanciones fiscales	Omite obligaciones tributarias. Evita moras o evasiones. Solicita transferencias, ampliaciones, amnistías	
--	---	--	--------------------	---	--

2.3. Población, muestra y muestreo

La población estuvo conformada por 50 comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo, mayores de edad, de ambos sexos, que gozan aparentemente de buena salud física, mental y social. “Población se entiende por universo general de participantes que poseen características similares y se dedican al mismo rubro o actividad” (Chico, 2010, p. 25).

Tabla 1: *Población de comerciante de abarrotes*

Condición	Varones	Mujeres	Total
Permanentes	12	17	29
Eventuales	10	11	21
Total	22	28	50

Fuente: Oficina de Recaudaciones.

Fecha: 15 de agosto 2016

La muestra fue seleccionada con técnica no paramétrica o por conveniencia, se eligió un solo grupo, seleccionado en función de necesidad de la investigación. “Muestra es el número representativo de la población que participa activamente en la investigación, formulando, explicando o brindando información confiable” (Chico, 2010, p. 16).

Tabla 2: *Muestra representativa de comerciantes de abarrotes*

Condición	Varones	Mujeres	Total
Permanentes	09	10	19
Eventuales	05	06	11
Total	14	16	30

Fuente: Oficina de Recaudaciones.

Fecha: 29 de agosto 2016

El muestreo “es el proceso de seleccionar de manera deliberada o estadística los participantes de características comunes que resultan de suma utilidad en el desarrollo de la investigación” (Chico, 2010, p. 22). En este caso ha sido no paramétrico o por conveniencia, porque la unidad de análisis estuvo representada por universo reducido.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente proyecto se usan las siguientes técnicas: Observación y Encuesta. “La observación es línea exigente de investigación que consiste en aplicación de sentidos para conocer a fondo, explicar o deducir características de los objetos analizados” (Gómez, 2010, p. 18). Con esta se constata la situación problemática en el ámbito organizacional

La encuesta es “técnica que permite recoger datos, establecer comparaciones y determinar informaciones objetivas de la realidad problemática” (Gómez, 2010, p. 15). Esta se utiliza para medir niveles de recaudación en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo.

Instrumento: Cuestionario que consta de 20 ítems, con respuestas de alternativas múltiples; cada pregunta tendrá un valor de 1 punto y el resultado final suma 20. “Instrumento con lista de preguntas o rasgos que se formulan como interrogantes, con respuestas exactas que deben analizarse a la luz de la

estadística con el fin de obtener resultados válidos y confiables” (Gómez, 2010, p. 17).

Validación y confiabilidad del instrumento: Validez: El cuestionario sienta su validez gracias a la decisión y voluntad de los participantes de la muestra de estudio. Instrumento trabajado en evaluaciones parciales, aplicado a otros participantes, en diferentes ámbitos. Experiencias que garantizan la validez del instrumento, que a pesar de ello, es sometido a Juicio de Expertos y a Prueba Piloto, tal como lo exigen las investigaciones aplicadas.

Confiabilidad: El cuestionario de recaudación sienta su confiabilidad en la propuesta presentada por Miguel Ángel Andrade y María de Lourdes García Vargas, en IX Congreso de Contaduría, Administración e Informática, desarrollado en Guanajuato, México.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para el análisis estadístico de datos se ha empleado la estadística descriptiva e inferencial y el sistema computacional SPSS, cuyas medidas estadísticas son: Frecuencia Relativa: “medidas relativas que expresan porcentualmente la relación establecida en grupo o serie de datos” (Chico, 2010, p. 22). En la sección Anexos figuran las fórmulas empleadas.

2.6. Aspectos éticos

La investigación se basa en verdad, honradez, seriedad y responsabilidad de la investigadora, consignando datos porcentuales actualizados referidos a la situación problemática y reportando conceptos innovadores de las variables de estudio, respetando la autoría de las ideas y citado según las normas APA.

Los participantes también gozan de credibilidad y confiabilidad en los datos aportados, merecen respeto al considerarse el anonimato y la voluntad de participar sin presión alguna; además se ha consensuado la sistematización de los datos sin afectar a los participantes.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados del Pre Test

Tabla 3:

<i>Resultados porcentuales del Pre Test</i>			
Niveles	Legislación tributaria %	Valores gravados %	Sanciones fiscales %
Alto	S: 23.08	S: 26.92	S: 37.74
Medio	AV: 15.26	AV: 11.82	AV: 23.80
Bajo	N: 61.66	N: 61.26	N: 38.46

Fuente: Cuestionario aplicado a 30 comerciantes.

Fecha: 15 de abril de 2017

Tabla 3, comerciantes reflejan nivel bajo nivel en las tres dimensiones referidas a recaudación: 61.66% en legislación tributaria, 61.26% en valores gravados y 38.46% en sanciones fiscales. Se deducen escasos conocimientos en la política de recaudación a nivel de comercialización de abarrotes en el mercado central de la provincia de Cutervo.

Figura 1: Porcentajes por dimensiones en Pre Test

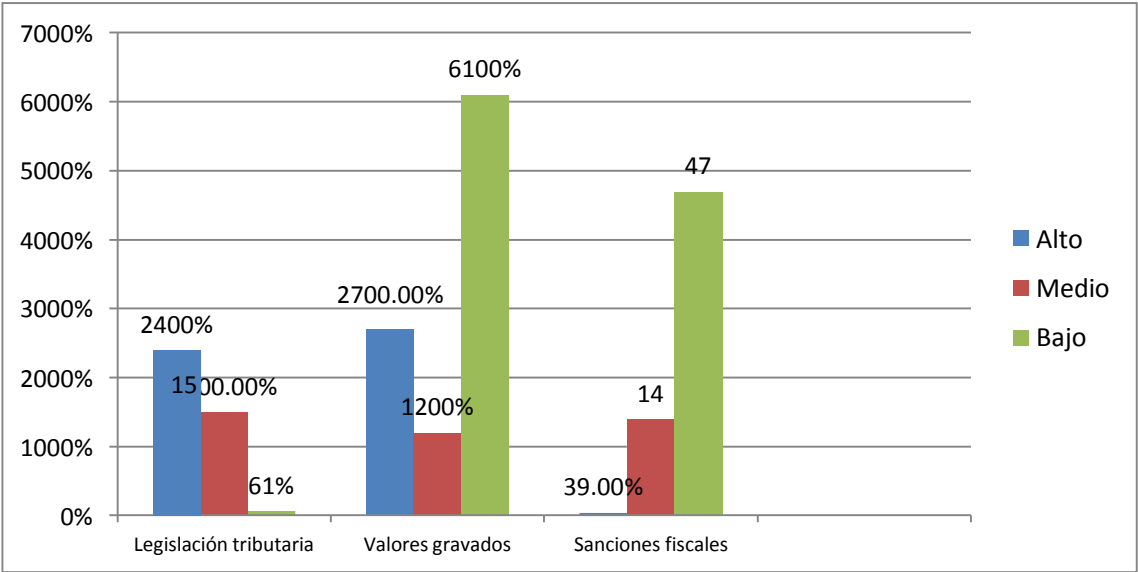


Figura 1 refleja bajo nivel de conocimientos en recaudación tributaria en 30 comerciantes de muestra de estudio, se visualizan: desconocimientos en normas tributarias, en cantidades gravadas y en sanciones fiscales que acarrea el incumplimiento de las mismas.

Tabla 4*Estadígrafos de los niveles de recaudación en pre test*

Niveles	Puntaje	Frecuencia	%	Estadísticos
Bajo	6	12	40.2	X : 8,01 S ² : 0.4 S: 2.8 C.V:0.4
	7	02	5.0	
	8	02	5.1	
	9	02	5.0	
	10	02	5.1	
Medio	11	1	3.6	
	12	1	3.8	
	13	2	7.7	
Alto	14	4	18.1	
	15	2	5.1	
Total		30	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a 30 comerciantes

El promedio aritmético sumó 8,01 puntos, reflejó nivel bajo en tres dimensiones de variable recaudación; respecto a Varianza hubo dispersión promedio de 0.4 de nota al cuadrado con relación al Valor Central; la Desviación Estándar fue de 2,8 e indicó dispersión de puntajes en relación al promedio aritmético. El Coeficiente de Variabilidad fue 0,4, indicando que las dimensiones de recaudación al ser deficientes reflejaron en estudiantes el carácter heterogéneo.

3.2. Diseño del plan de cultura tributaria



3.3. Resultados del Post Test

Tabla 5:

<i>Resultados porcentuales del Post Test</i>			
Niveles	Legislación tributaria %	Valores gravados %	Sanciones fiscales %
Alto	S: 73.08	S: 84.62	S: 73.74
Medio	AV: 15.26	AV: 12.26	AV: 20.00
Bajo	N: 11.66	N: 3.12	N: 6.26

Fuente: Cuestionario aplicado a 30 comerciantes.

Fecha: 8 de julio de 2017

Tabla 5, comerciantes demuestran alto nivel en tres dimensiones referidas a recaudación: 73.08% en legislación tributaria, 84.62% en valores gravados y 73.74% en sanciones fiscales. Se deducen elevados conocimientos en la política de recaudación a nivel de comercialización de abarrotes en el mercado central de la provincia de Cutervo, gracias a la influencia positiva del programa de cultura tributaria desarrollada con los participantes de la muestra.

Figura 2: Porcentajes por dimensiones en Post Test

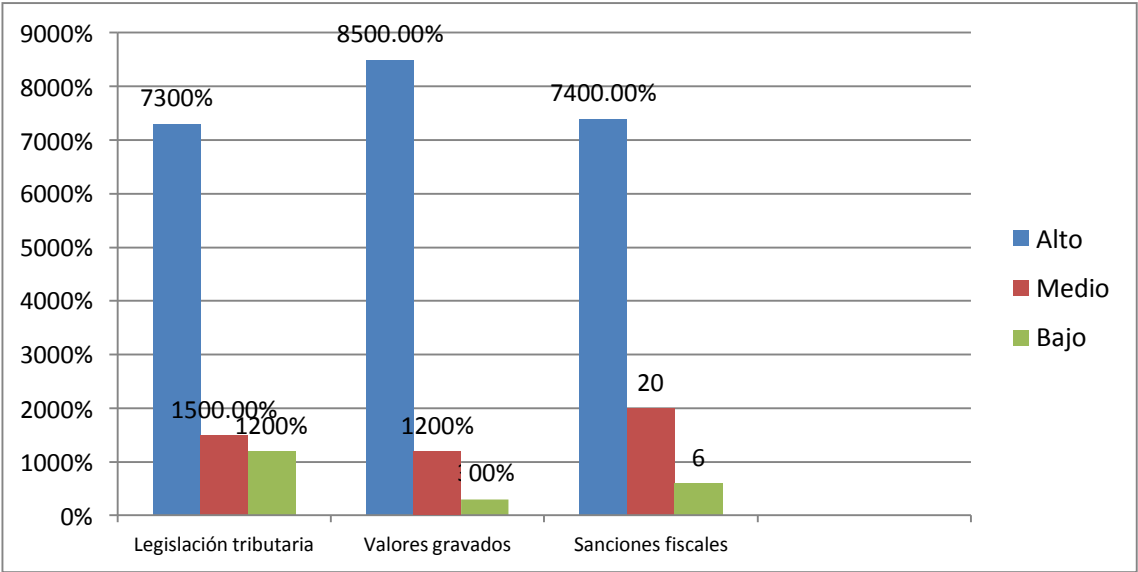


Figura 2, permite visualizar alto nivel de conocimientos en recaudación tributaria en 30 comerciantes de muestra de estudio, se visualizan: aprendizajes significativos en normas tributarias, cantidades gravadas y conocimientos de sanciones fiscales que acarrea el incumplimiento de las mismas tributarias.

Tabla 6*Estadígrafos de los niveles de recaudación en post test*

Niveles	Puntaje	Frecuencia	%	Estadísticos
Bajo	7	01	3.12	X : 13,7 S ² : 0.7 S: 3.1 C.V:0.6
	8	01	3.12	
	9	01	3.12	
	10	01	3.12	
Medio	11	01	3.12	
	12	01	3.12	
	13	01	3.12	
Alto	14	04	14.12	
	15	05	16.60	
	16	04	14.12	
	17	05	16.81	
	18	05	16.51	
Total		30	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a 30 comerciantes

El promedio aritmético sumó 13,7 puntos, reflejó nivel alto en tres dimensiones de variable recaudación; respecto a Varianza hubo dispersión promedio de 0.7 de nota al cuadrado con relación al Valor Central; la Desviación Estándar fue de 3,1 e indicó dispersión de puntajes en relación al promedio aritmético. El Coeficiente de Variabilidad fue 0,6, indicando que las dimensiones de recaudación al ser positivas reflejaron en estudiantes el carácter homogéneo.

3.4. Comparación de resultados del Pre y Post Test

Tabla 7:

<i>Comparación de niveles de recaudación en pre y post test</i>						
Estadígrafos	Legislación tributaria		Valores gravados		Sanciones fiscales	
	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post
	X	X	X	X	X	X
X	2.8	4.7	2.7	4.4	2.6	4.6
S ²	0.17	0.28	0.15	0.26	0.18	0.23
S	0.56	1.14	1.65	1.76	0.60	0.20
C.V.	0.12	0.24	0.18	0.21	0.15	0.23

Fuente: Tablas 3 y 5

Fecha: 10 de julio de 2017

Tabla 7, porcentajes mayoritarios en pre test, se ubicaron en bajo nivel de recaudación con media aritmética: 8.01; sin embargo, en post test, el promedio se elevó: 13.7, gracias a la aplicación del programa de cultura tributaria y que confirmó los progresos en las tres dimensiones medidas: legislación tributaria, valores gravados y sanciones fiscales.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión

En el diagnóstico de situación problemática se aplicó el cuestionario que reflejó bajo nivel de recaudación tributaria en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo, el promedio aritmético de 8.01 puntos demostró la deficiencia científica. Además, se constató el desconocimiento de la legislación tributaria en la mayoría de los comerciantes, también se verificó el desinterés por el conocimiento de los valores gravados y tampoco les importaba las sanciones que se aplicaban por los incumplimientos fiscales.

Este resultado guarda coincidencia con el trabajo previo presentado en Universidad Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz, por Tarazona y Veliz (2016) para optar el Título Profesional de Licenciados en Economía, en el cual concluyeron que los niveles de recaudación en provincia de Pomabamba eran bajos, motivados por alto índice de informalidad en Mypes, carencia de adecuada orientación a los usuarios, quejas continuas ante trámites engorrosos con pérdidas de tiempo y dinero.

En el marco teórico coincide con las ideas tributarias aconsejadas por Mogollón (2014), para quien la recaudación de impuestos realizada por organismos del Estado o gobiernos municipales se efectúa con el fin de juntar dinero para inversiones y mejoras en infraestructura poblacional. Este elemento central de todo gobierno requiere implementarse adecuadamente, en base a tres factores del proceso productivo: trabajo, equipos y medios de producción y materiales de fabricación.

En el post test, el promedio aritmético sumó 13.7, reflejó incremento de 5.7 puntos en relación a resultados del pre test y se debió al efecto positivo ejercido por el programa de cultura tributaria desarrollado con los comerciantes de la muestra de estudio.

Los incrementos cuantitativos en las dimensiones de la variable recaudación en el post test fueron: 1.9 puntos en promedio aritmético en legislación tributaria, reflejando aumento del interés en el conocimiento del

cronograma de pagos elaborado por SUNAT; 1.6 puntos en valores gravados, indicando elevado interés en el conocimiento de los montos recaudados y pagados durante el ejercicio fiscal; 1.7 puntos en promedio de sanciones fiscales, reflejando que los comerciantes participantes en el programa incrementaron su cultura tributaria y se alejaron de evasiones, moras y juicios engorrosos.

Resultado que coincide con la teoría formulada por Mogollón (2014), pues a través de la disuasión se elevan los índices de recaudación de impuestos, tal como ha ocurrido en el programa de cultura tributaria, habiéndose conseguido que los comerciantes se mostraran más dispuestos al pago de tributos para evitar las sanciones correspondientes. Asimismo, esas decisiones racionales incrementaron cobranzas y beneficios para la ciudadanía de la provincia de Cutervo.

Estos incrementos en recaudación tributaria también coincide con el trabajo previo presentado en Universidad de Guayaquil por Godoy (2015), quien demostró que el desarrollo de niveles de cultura tributaria sirvió para incrementar la recaudación y el crecimiento comercial en mercados ecuatorianos hasta 46%, disminuyéndose también los niveles de evasión tributaria en el último quinquenio.

Finalmente, el programa de cultura tributaria desarrollado con los comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo se fundamenta con la teoría de Eheberg (1990), para quien el pago de tributos se constituye en un deber que no requiere de fundamentos jurídicos o filosóficos; por eso la cultura genera principios de servicio hacia los demás, pues las ganancias económicas, posesión de terrenos, casas, bienes materiales necesitan no solo de otorgamiento de licencias y registros de posesión, sino también pagos tributarios exigidos por el Estado de derecho.

Verbigracia, el programa experimental desarrollado concuerda con el trabajo previo presentado por Fernández (2013) en Universidad Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo, quien en su investigación concluyó señalando que la buena cultura tributaria no solo debería ser enseñada y aprendida por

estudiantes de Economía, Contabilidad o Negocios, sino que todos las personas deben conocer y manejar los fundamentos de la educación financiera y tributaria.

Al respecto, muchas voces, incluyendo la del actual Presidente de la República, economista de profesión, sugieren la reformulación del Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Regular, incluyendo capacidades de educación financiera y tributaria; tal como lo proponen Kiyosaki y Lechter (2005) en el texto *Padre rico, padre pobre*: “Si ustedes van conmigo, abandonarán la idea de trabajar para conseguir dinero, en lugar de eso aprenderán a tener dinero trabajando para ustedes” (p. 49). Resalta que el problema surge en la escuela que no enseña el tema dinero; sin embargo, otorga poder, pero se debe aprender que “el dinero trabaja para mí”.

V. CONCLUSIONES

Conclusiones

El cuestionario aplicado como pre test arrojó una media aritmética de 8.01 puntos y permitió identificar bajos niveles de recaudación en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo; cifra que científicamente ratificó la situación problemática.

Los resultados deficientes permitieron el diseño, implementación, ejecución y monitoreo del plan de cultura tributaria con 30 comerciantes de la muestra de estudio. Se trabajaron en 5 sesiones prácticas y participativas, mediante exposiciones, trípticos y diapositivas relacionadas con 3 dimensiones: cumplimiento tributario, disposición del contribuyente y viabilidad en la contribución.

El post test sumó 13.7 puntos en la media aritmética y sirvió para verificar las mejoras en recaudación gracias al desarrollo del plan de cultura tributaria; los comerciantes de abarrotes lograron el incremento conceptual y práctico de 3 dimensiones legislación tributaria, valores gravados y sanciones fiscales.

La comparación de los resultados determinó un incremento de 5.7 puntos en el promedio aritmético del post test y ratificó la influencia positiva del plan de cultura tributaria en los comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo; además contrastó positivamente la hipótesis de estudio formulada al inicio del trabajo de campo.

VI. RECOMENDACIONES

Recomendaciones

La implementación de planes, programas, talleres basados en cultura tributaria es tarea urgente, necesaria y obligatoria en los organismos del Estado para mejorar la recaudación de tributos; tanto a nivel de SUNAT, como de la Municipalidad Provincial.

Estado, Autoridades nacionales, regionales, locales, regidores, trabajadores y ciudadanos requieren asumir responsabilidades, cumplir obligaciones y exigir derechos para que los montos recaudados se inviertan adecuadamente en beneficio de la población.

Continuar apoyando a jóvenes investigadores que encaren decididamente los aspectos críticos de la gestión pública o privada, económica o cultural, revisando constructos científicos novedosos, ligando percepciones poblacionales y propósitos de mejora en la vida de los ciudadanos y en el desarrollo provincial.

Proponer innovaciones pedagógicas en el currículo de cada institución educativo para que se incorporen competencias y capacidades relacionadas con la educación financiera y tributaria

VII. REFERENCIAS

Referencias Bibliográficas

ADSIB, I. (2014). *Lecciones tributarias en ámbitos de comercialización en mercados bolivianos*. La Paz: Ministerio de Economía.

Allingham, F. y Sadmo, T. (1995). *Los índices de consumo y la recaudación tributaria*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

Arias, M. (2011). *Sistemas de recaudación tributaria, evasiones e incentivos*. Barcelona: Graó.

Baldemar, H. (2009). *Gestión administrativa y financiera en mercados latinoamericanos*. Santiago de Chile: Dolmen.

Bastidas, V. D. (2012, noviembre, 22). Gestión Pública para la Democracia y Asistencia Electoral. Revista *Idea Internacional*. Recuperado de www.comercio.pe, 07.01.16.

Borisov, M. (2005). *Aportes a la Economía Política de Francios Quesnay*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Cantos, M. (2014) *Modelo de administración tributaria para el mejorar la recaudación de los ingresos del Gobierno Autónomo descentralizada Municipal del Cantón Jipijapa*. (Tesis de Licenciatura en Administración Financiera). Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo.

Castro, J. (2010). *Movimientos socioeconómicos en culturas latinoamericanas*. Lima: San Marcos S. A.

Chávez, R. (1993). *Los índices de recaudación tributaria en los mercados peruanos*. Lima: San Marcos S.A.

Chico, P. (2010). *Investigación en aulas universitaria de Latinoamérica*. Lima: Bruño

David Ricardo (1817). *Lecciones de Economía Política*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Esquivel, R. (2014). *La Economía Política en la visión agrícola de Quesnay*. Buenos Aires, Argentina: Alianza S.A.

Farro, P. y Silva, P. (2015). *Cultura tributaria y su incidencia en la eliminación de infracciones y sanciones, en una empresa de abarrotes de Chiclayo*. (Tesis de Licenciatura en Contabilidad). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque.

Fernández, J. E. (2013). *Estudio de cultura tributaria en alumnos de la Facultad de Medicina y propuesta de un taller tributario*. (Tesis de Licenciatura en Administración). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo.

Ferreiros, H. (2007). *Curso de Derecho Financiero Internacional*. España: Marcial Pons S.A.

Financiero, El (2016, octubre, 18). La recaudación tributaria en las empresas textiles de la ciudad de México. Revista *Finanzas y Contribuciones*. Recuperado de <http://mercado.com>., el 25.10.16.

Godoy, M. G. (2015). *Desarrollo de la cultura tributaria en el Ecuador y su impacto en la recaudación tributaria. Periodo: 2011-2014*. (Tesis de Licenciatura en Economía Financiera). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

- González, J. (2015). *Sistemas tributarios nacionales y repercusión en la economía peruana*. Lima: Abedul S.A.
- Gómez, P. (2010). *Metodología de la investigación cuantitativa en ámbitos universitarios*. México: Trillas.
- Kiyosaki, R. y Lechter, S. (2005). *Padre rico, padre pobre. Que les enseñan los ricos a sus hijos acerca del dinero*. Buenos Aires: Alfaguara S.A.
- La Torre, M. (2014, noviembre 28). Recaudaciones tributarias y rentabilidad empresarial. *Diario Reforma*.
- Martín, F. (2006). *Los factores determinantes de la recaudación tributaria*. Bilbao, España: Tutorial S.A.
- MEF (2011). *La recaudación tributaria y las percepciones poblacionales hacia la SUNAT*. Lima: Ministerio de Economía.
- Mesino, L. (2007). *Las políticas fiscales y su impacto en el bienestar social de la población venezolana un análisis desde el paradigma crítico periodo: 1988-2007*. Maracaibo, Venezuela. Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/index.htm>.
- Miranda, S (2016) *Influencia de la evasión de impuestos en la recaudación tributaria por las empresas dedicadas a la venta de autopartes importadas del distrito de La Victoria*. (Tesis de Licenciatura en Economía). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Mogollón, T. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región*. (Tesis de Licenciatura en Contabilidad). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo de Chiclayo.

- Romero, M. y Vargas, C. (2013) *La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la bahía “Mi lindo milagro” del Cantón Milagro*. (Tesis de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría). Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
- Segura, G. (2016). Regidores solicitan sesión extraordinaria para interpelar por deficiente gestión en CGT. Chiclayo: Diario *Expresión* del 22.12.16.
- Silva, J. (2016, septiembre, 26). *Las escasas recaudaciones tributarias en los mercados de la provincia de Cutervo*. Diario *La Voz Cutervina* del 25.10.16.
- Solórzano, P. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Lima: San Marcos S.A.
- Tarazona López. S. y Veliz de Villa, R. (2016). *Niveles de cultura tributaria en la formalización de las MYPES en la provincia de Pomabamba*. (Tesis de Licenciatura en Economía). Universidad Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz.
- Thorne, A. (2016, septiembre, 14). Incrementos de la recaudación tributaria a partir del año próximo. Lima: Diario *Gestión*.
- Torres, B. (2013). *Las recaudaciones tributarias en empresas públicas y privadas del Estado de Monterrey*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vásquez, C. y Zorrilla, A. (2007). *Cultura e identidad. Los retos frente a la globalización*. Lambayeque: UNPRG.

Villar, E. (2012) *La recaudación de tributos en España: incidencia y eficiencia territorial*. (Tesis de Maestría en Ingeniería Tributaria). Universidad de Granada, España.

ANEXOS

Cuestionario de Recaudación Tributaria

Instrucción: Estimado señor (a) lea comprensivamente y marque con un aspa en el casillero correspondiente. Procure trabajar individualmente y hágalo con sinceridad y veracidad. Es anónimo y servirá para una investigación universitaria. Gracias.

Dimensiones	Indicadores	Siempre	A veces	Nunca
Legislación tributaria	1. Conoce las fechas de recaudación tributaria			
	2. Cumple con los pagos tributarios			
	3. Recibió información acertada en SUNAT			
	4. Tenía solvencia para cancelar impuestos			
Valores gravados	5. Sabía los porcentajes a pagar en su negocio			
	6. Los montos son excesivos			
	7. Los ingresos justifican los montos pagados			
	8. Recibe informaciones adicionales de SUNAT			
	9. Está enterado de las liquidaciones efectuadas por su negocio			
	10. Los montos liquidados coinciden con los recibos emitidos			
	11. Solicita ampliación para cancelar impuestos			
	12. Las liquidaciones efectuadas resultan coherentes			
Sanciones fiscales	13. Evade las fecha de pago			
	14. Ha recibido multas por esas demoras			
	15. Carece de solvencia para cumplir cronograma de pagos			
	16. Recibe asesoramiento de SUNAT para no incumplir los pagos			
	17. Ha solicitado moratoria en algunos pagos			
	18. Recibe atención oportuna en estos casos			
	19. Espera fechas de amnistía para pagar tributos			
	20. Solicita declaratoria de emergencia para aliviarse del pago de tributos.			



MATRIZ DE CONSISTENCIA PARA ELABORACIÓN DE INFORME DE TESIS

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: CUBAS ROSALES, MARIA ELENA

FACULTAD/ESCUELA: CIENCIAS EMPRESARIALES/ ADMINISTRACIÓN

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	CULTURA TRIBUTARIA PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN EN COMERCIANTES DE ABARROTES DEL MERCADO CENTRAL DE CUTERVO, 2016
PROBLEMA	Escasa recaudación tributaria en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de la provincia de Cutervo; tributación existente a lo largo de la historia de la humanidad, remontada a inicios de primeras civilizaciones: Grecia, Roma, Egipto, que imponían recaudaciones obligatorias y sanciones drásticas para los que no cumplían, pues atentaban contra el normal desarrollo del sistema socio político y económico.
HIPÓTESIS	La cultura tributaria ejerce influencia significativa en la mejora de la recaudación en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo – 2016
OBJETIVO GENERAL	Determinar el efecto de la cultura tributaria en la mejora de la recaudación en los comerciantes de abarrotes del mercado central de Cutervo – 2016
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Identificar los niveles de recaudación, mediante un test aplicado a los comerciantes de la muestra, antes de la aplicación del estímulo. Diseñar, implementar, ejecutar y monitorear un plan de cultura tributaria con los comerciantes del grupo experimental Verificar las mejoras en la recaudación, después de la aplicación del estímulo, mediante un post test aplicado al grupo de estudio. Comparar los resultados del pre y post test para determinar la influencia del estímulo aplicado.
DISEÑO DEL ESTUDIO	Diseño pre experimental de pre y post test con un solo grupo de estudio, “mide hechos externos y directamente observables,

	<p>repitiendo cuantas veces sea posible cuantificar, comparar y contrastar resultados, que siempre serán los mismos” (Chico, 2010, p. 22). Su esquema es:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p>G.E. : O₁ X O₂</p> </div>
POBLACIÓN Y MUESTRA	<p>Población: 22 varones y 28 mujeres: Total 50 comerciantes</p> <p>Muestra: 14 varones y 16 mujeres: Total 30</p>
VARIABLES	<p>V. independiente: Cultura tributaria</p> <p>V. dependiente: Recaudación</p>

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Cultura tributaria	<p>“Actitudes, ideas, creencias, conocimientos de personas dispuestas voluntariamente para cumplir con pagos y viabilidad de tributos que contribuyan con el desarrollo sostenible del país” (Solórzano, 2011, p. 20).</p>	<p>Se operación a través de 5 actividades desarrolladas con aplicación del programa experimental.</p>	<p>Percepción positiva de normas.</p> <p>Temor a sanciones tributarias</p> <p>Voluntad de pago</p> <p>Indagación sobre reglas y procedimientos.</p> <p>Acceso a servicios tributarios.</p> <p>Auto realización vs. trascendencia</p> <p>Apertura al cambio vs conservación</p> <p>Comportamiento preponderante</p>	<p>Ordinal Cualitativa</p>
Recaudación	<p>“Es la organización política soberana de una sociedad humana establecida en un territorio determinado, bajo un régimen jurídico, con independencia y autodeterminación, con órganos de gobierno y sistemas de gestión que persiguen determinados fines</p>	<p>Con aplicación del cuestionario aplicado a la muestra de estudio.</p>	<p>Conoce impuestos. Sabe tasa, gravamen, base imponible.</p> <p>Maneja mediante cuotas</p> <p>Entiende medida en valores económicos.</p> <p>Conoce montos gravados</p> <p>Cumple disposiciones tributarias</p>	<p>Nominal</p> <p>Coefficientes de ponderación: Siempre, A veces, Nunca</p>

	mediante actividades concretas” Bastidas, 2012, p. 13),		Omite obligaciones tributarias. Evita moras o evasiones. Solicita transferencias, ampliaciones, amnistías	
--	---	--	---	--

MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	Para el análisis estadístico de datos se ha empleado la estadística descriptiva e inferencial y el sistema computacional SPSS, cuyas medidas estadísticas son: Frecuencia Relativa: “medidas relativas que expresan porcentualmente la relación establecida en grupo o serie de datos” (Chico, 2010, p. 22).
RESULTADOS	<p>En el Pre Test, el promedio aritmético sumó 8,01 puntos, reflejó nivel bajo en tres dimensiones de variable recaudación; respecto a Varianza hubo dispersión promedio de 0.4 de nota al cuadrado con relación al Valor Central; la Desviación Estándar fue de 2,8 e indicó dispersión de puntajes en relación al promedio aritmético. El Coeficiente de Variabilidad fue 0,4, indicando que las dimensiones de recaudación al ser deficientes reflejaron en estudiantes el carácter heterogéneo.</p> <p>En el Post Test, el promedio aritmético sumó 13,7 puntos, reflejó nivel alto en tres dimensiones de variable recaudación; respecto a Varianza hubo dispersión promedio de 0.7 de nota al cuadrado con relación al Valor Central; la Desviación Estándar fue de 3,1 e indicó dispersión de puntajes en relación al promedio aritmético. El Coeficiente de Variabilidad fue 0,6, indicando que las dimensiones de recaudación al ser positivas</p>

	reflejaron en estudiantes el carácter homogéneo.
CONCLUSIONES	<p>El cuestionario aplicado como pre test arrojó una media aritmética de 8.01 puntos y permitió identificar bajos niveles de recaudación en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo; cifra que científicamente ratificó la situación problemática.</p> <p>Los resultados deficientes permitieron el diseño, implementación, ejecución y monitoreo del plan de cultura tributaria con 30 comerciantes de la muestra de estudio. Se trabajaron en 5 sesiones prácticas y participativas, mediante exposiciones, trípticos y diapositivas relacionadas con 3 dimensiones: cumplimiento tributario, disposición del contribuyente y viabilidad en la contribución.</p> <p>El post test sumó 13.7 puntos en la media aritmética y sirvió para verificar las mejoras en recaudación gracias al desarrollo del plan de cultura tributaria; los comerciantes de abarrotes lograron el incremento conceptual y práctico de 3 dimensiones legislación tributaria, valores gravados y sanciones fiscales.</p> <p>La comparación de los resultados determinó un incremento de 5.7 puntos en el promedio aritmético del post test y ratificó la influencia positiva del plan de cultura tributaria en los comerciantes de abarrotes del Mercado Central de Cutervo; además contrastó positivamente la hipótesis de estudio formulada al inicio del trabajo de campo.</p>

PLAN DE CULTURA TRIBUTARIA

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Título: Plan de cultura tributaria
- 1.2. Beneficiarios: 30 comerciantes: 14 varones y 16 mujeres
- 1.3. Responsable: María Elena Cubas Rosales
- 1.4. Línea de investigación: Tributación
- 1.5. Escuela: Contabilidad
- 1.6. Lugar: Mercado Central de la provincia de Cutervo, Cajamarca.
- 1.7. Fecha de inicio: 25 de abril de 2017
- 1.8. Fecha de término: 24 de junio de 2017

II. DEFINICIÓN DEL PLAN

En la actualidad, el problema de bajos niveles de recaudación tributaria resulta grave en un país caracterizado por informalidad económica y altos índices de morosidad. Por ello, se plantea el desarrollo del plan centrado en la cultura tributaria con el afán de despertar el interés de comerciantes de abarrotes en el Mercado Central de Cutervo, activando voluntariamente la capacidad mental, reflexión constante y cambio de actitudes en el tema de tributación. Asimismo, propone actividades que permiten entender la correspondencia entre cumplimiento en pagos de impuestos y desarrollo sostenible de la población, procurando climas armónicos, constante colaboración y toma de decisiones consensuadas democráticamente.

III. DESCRIPCIÓN DEL PLAN:

Este plan desarrolla tres dimensiones: *Cumplimiento tributario*, con los siguientes indicadores: percepción ciudadana de las normas fiscales, temor ante las sanciones tributarias y voluntad de pago en comerciantes. *Disposición del contribuyente*, con indicadores siguientes: indagación, preguntas y respuestas acerca de las reglas tributarias y procedimientos de pagos; acceso a los servicios tributarios, tiempo y costo. *Viabilidad en las contribuciones*, que comprende los indicadores siguientes: auto realización versus trascendencia, apertura hacia el

cambio versus posiciones conservadoras y comportamientos predominantes de los contribuyentes.

Este plan se lleva a cabo con aplicación de 5 reuniones de trabajo, consensuadas previamente en determinación de horarios de trabajo y anuencia de los encargados de la Administración del Mercado Central. Los temas serán desarrollados por la tesista, con el apoyo de expertos sugeridos por la Municipalidad y Oficina de SUNAT local.

IV. DESARROLLO DEL PLAN

Descripción del servicio: La cultura tributaria ofrece informaciones y conocimientos de cumplimientos tributarios que corresponden pagar a los comerciantes y que permiten el desarrollo socioeconómico de una localidad, región o país. Procura el cambio positivo de actitudes, creencias, percepciones y habilidades intelectuales de comerciantes dedicados en el rubro de abarrotes, entendiendo obligaciones que deben cumplirse para lograr el despegue económico y satisfacción de necesidades en la población

Estudio del mercado: Directamente, dirigido a 30 comerciantes dedicados al rubro de abarrotes del Mercado Central de la provincia de Cutervo; indirectamente, abarca a cientos de ciudadanos que diariamente acuden a las instalaciones del mercado para efectuar compras; asimismo comprende a cientos de proveedores que ofrecen productos, determinan precios de venta al público, probabilidades de ganancias, etc.

Comunicación: El plan ofrece informaciones permanentes del servicio a los comerciantes, disponiendo de variadas alternativas seleccionadas convenientemente para llegar a los comerciantes de abarrotes e indirectamente a los demás actores que participan de las transacciones comerciales. Se usa preferentemente medios del Marketing publicitario directo: trípticos, folletos, tarjetas, carteles; prensa diaria, impresa en periódicos o revistas; páginas web, Internet.

También se usa publicidad exterior, con periódicos murales publicitados en espacios fijos y cercanos al mercado; también se publican incentivos, moratorias, amnistías y demás promociones tributarias que benefician a los comerciantes.

V. ACTORES BENEFICIADOS DIRECTAMENTE

Los beneficiarios directos del plan son los comerciantes de abarrotes del Mercado Central de la provincia de Cutervo

Tabla 1: Beneficiarios director del plan de cultura tributaria

Condición	Hombres	Mujeres	Total
Abarrotes	14	16	30

Fuente: Municipalidad Provincial de Cutervo

Fecha: 5 de abril de 2017.

VI. ACTORES INTEVINIENTES

Asesor metodólogo: Dr. Carlos Natalio Zeña Quépuy, Asesora temática: Mg. Olivia Cervantes, Jefe de Práctica, Mg. Miguel Montalvo, Administrador del Mercado Central, Sr. Ovidio Guerrero, tesista, María Elena Cubas Rosales.

VII. OBJETIVOS

7.1 Objetivo General

- Fortalecer los niveles de cultura tributaria en comerciantes de abarrotes del Mercado Central de la provincia de Cutervo.

7.2 Objetivos Específicos

- Diseñar actividades basadas en la cultura tributaria para el desarrollo consciente del cumplimiento de pagos, cambios de actitudes y voluntad en los montos determinados por el ente recaudador.

- Prever condiciones y recursos a fin de optimizar el éxito de estrategias planificadas para la mejora en la recaudación tributaria.
- Generar clima favorable para el desarrollo consensuado de actividades y estrategias para elevar los niveles de recaudación tributaria en la provincia de Cutervo.

VIII. DESARROLLO DE ACTIVIDADES

Nº de sesión	PROPÓSITO	NOMBRE DE LA SESIÓN	FECHA
1	En esta sesión los comerciantes leen comprensivamente, identifican informaciones, deducen datos y formulan opiniones acerca de los cumplimientos tributarios.	Trabajando técnicas para cumplimientos tributarios	05.05.17
2	Los comerciantes asumen compromisos y formulan interrogantes para evitar multas y sanciones por incumplimientos tributarios.	Aprendiendo legislación básica y sanciones tributarias	26.05.17
3	Comerciantes formulan hipótesis acerca de la libre disposición y voluntad de los contribuyentes.	Activando estrategias para lograr disposición favorable de contribuyentes	7.06.17
4	Los comerciantes deducen estrategias que facilitan el acceso a los servicios tributarios de SUNAT y Municipalidad provincial.	Trabajando el fácil y rápido acceso a los servicios tributarios	14.06.17
5	Comerciantes localizaran y difunden informaciones relevantes y asumen	Aplicando técnicas de socialización para determinar	21.06.17

	consensos acerca de la viabilidad de los recursos recaudados.	viabilidad de las contribuciones tributarias	
--	---	--	--

X. METODOLOGÍA

- Lluvia de ideas
- Participación activa en las sesiones
- Trabajos grupales
- Fichas practicas

BIBLIOGRAFÍA

Lara, K. (2013) *Plan de Marketing Ecológico para mejorar condiciones de vida de la población liberteña*. Universidad Cesar Vallejo de Trujillo.

Arcila, P. y Mendoza, Y. (2012): *Comprensión del significado tributario y papel recaudador de la SUNAT*. Universidad San Agustín de Arequipa.

Ríos, R. y Navarro, C. (2012). *Estrategias para desarrollar y ejercitar cultura tributaria*. Lima: San Marcos S.A.

MERCADO CENTRAL DE CUTERVO



SECCION DE ABARROTES DEL MERCADO CENTRAL



